

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan yang pesat dibidang otomotif selama beberapa belakangan tahun ini, membuat persaingan antara produk-produk kendaraan bermotor, baik dalam hal bentuk, jenis dan beraneka ragam dengan spesifikasi masing-masing dari produk tersebut. Inovasi produk semakin berkembang dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen tetap setia pada produk-produk yang ditawarkan, seperti pembelian kredit, garansi, serta menjamin ketersediaan suku cadang, perusahaan juga bekerjasama dengan pihak lain untuk menyediakan bengkel-bengkel servis kendaraan bermotor pada konsumennya.

Perkembangan otomotif tersebut tidak lepas dari perkembangan dibidang teknologi, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk otomotif untuk memudahkan mobilitas, pergerakan atau perpindahan mereka dari tempat satu ketempat lain. Fasilitas seperti itu akhir-akhir ini menjadi kebutuhan yang sangat penting untuk dipenuhi, sebab akan memberikan banyak kemudahan bagi yang menggunakannya. Kemudahan yang dapat diperoleh antara lain, mengurangi waktu perjalanan atau mempercepat si pengguna kendaraan untuk sampai ketempat yang akan dituju, sehingga dapat mendukung kegiatan-kegiatan yang penting atau mendesak yang harus dilakukan pada tempat-tempat yang relatif jauh dari tempat si pengguna. Seiring dengan berkembangnya

otomotif, semakin terbuka peluang bagi banyak orang untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru, salah satunya adalah bengkel-bengkel reparasi kendaraan bermotor yang kehadirannya dapat diharapkan dapat memenuhi segala kebutuhan konsumen akan jasa perawatan maupun perbaikan kendaraan bermotor. Kondisi ini sangat berbeda bila dibandingkan dengan beberapa puluh tahun yang lalu, sebab para pemilik kendaraan bermotor pada saat itu mengalami kesulitan untuk mendapatkan dari jasa bengkel, apalagi di kota-kota kecil dan daerah pelosok karena terbatasnya perusahaan-perusahaan jasa yang berupa bengkel reparasi kendaraan bermotor yang ada.

Kualitas layanan memiliki banyak manfaat, seperti memberikan keunggulan kompetitif untuk bisnis, membangun kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dan memberikan kontribusi untuk citra (Bloemer et al., 1998 dalam Muhammad Basir 2015). Aplikasi kualitas pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan jasa pengiriman menunjukkan kualitas layanan yang rendah. Layanan berkualitas rendah dapat dilihat dari lima dimensi: kurang responsif, kurang dari bukti fisik, layanan tidak sesuai dengan kemampuan, layanan yang tidak responsif dan tidak ada jaminan. Layanan yang disediakan oleh petugas kapal pesiar masih kurang dalam kualitas. Hal ini memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dilakukan dengan meningkatkan daya tanggap, nyata, empati, keandalan dan jaminan sebagai dimensi kualitas

layanan (Berry dan Parasuraman, 2001: 96 dalam Muhammad Basir 2015).

Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap pendekatan secara kuantitatif dengan metode penelitian survei. Individu akan mengambil suatu sikap dengan memberikan beragam tanggapan dan tindakan tentang pengaruh yang telah diberikan oleh suatu obyek tertentu. Sedangkan sikap menurut Gordon Allport dalam Setiadi (2008:214 dalam Arif Rahman Hidayat, 2016) adalah “Suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku.” Berdasarkan beberapa definisi sikap konsumen yang telah disebutkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen adalah kecenderungan niat oleh seorang konsumen dalam menanggapi suatu obyek tertentu baik itu secara menyenangkan atau tidak menyenangkan yang dapat mendorong konsumen untuk membentuk suatu perilaku tertentu.

Menurut Swastha (2000:187 dalam Dulkhatif, dkk 2016) mengemukakan bahwa lokasi (place) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum

bisnis dimulai. Memilih lokasi merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

Kepuasan adalah salah satu di antara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas (Dharmayanti, 2006). Anderson, Fornell dan Lehman (1994) maupun Kandampully & Suhartanto (2000) dalam Dulkhafif (2016), menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap barang atau pelayanan yang diterima, maka akan menimbulkan kesetiaan/loyalitas konsumen.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah faktor kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam menggunakan jasa AHASS Cahaya Sakti Motor di Karangpandan ?
2. Apakah faktor sikap konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam menggunakan jasa AHASS Cahaya Sakti Motor di Karangpandan ?
3. Apakah faktor lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam menggunakan jasa AHASS Cahaya Sakti Motor di Karangpandan?

C. Tujuan penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji faktor kualitas layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dalam menggunakan jasa AHASS Cahaya Sakti Motor Karangpandan ?
2. Untuk menguji sikap konsumen apakah berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan menggunakan jasa AHASS Cahaya Sakti Motor Karangpandan ?
3. Untuk menguji lokasi apakah berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan menggunakan jasa AHASS Cahaya Sakti Motor Karangpandan ?

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini, maka dapat diambil manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan perilaku konsumen, serta diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi dan refrensi bacaan pihak yang membutuhkan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan berguna sebagai bahan masukan dalam menentukan langkah – langkah yang diambil dimasa yang akan datang dan untuk bahan pemikiran dalam mengambil kebijaksanaan mengenai pengaruh lokasi, sikap konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman dan penelahan penelitian, maka dibuat rancangan penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas Latar Belakang Masalah yang didasarai penelitian. Di dalam bab ini dijelaskan pola perumusan masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang pengertian jasa, lokasi, sikap konsumen kualitas pelayanan serta pengertian loyalitas konsumen serta faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, kajian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian, penentuan objek yang terdiri dari populasi dan sampel, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi gambaran umum subyek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan serangkaian pembahasan skripsi, keterbatasan penelitian dan saran – saran yang dapat dijadikan masukan dari berbagai pihak yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN